

конкурентоспроможності (TheGlobalCompetitivenessIndex 2016-2017) Україна втратила позиції, перейшовши з 79-ї позиції у 2015-2016 роках на 85-ту в 2016-2017 роках у списку зі 138 країн світу. Можна зауважити, що, наприклад, в 2005 році наша держава займала 68 позицію цього рейтингу.

Провідні економісти світу говорять про настання четвертої промислової революції, яка здатна глобально підняти світовий рівень життя, але в той же час може нести серйозні потенційні ризики [3]. В цьому контексті було сформульовано рейтинговий список вмінь людей, які будуть найбільш затребуваними для здійснення цієї революції. Якість людського капіталу оцінюється з використанням оператора людського капіталу та оператора вмінь (компетенцій) людей. Зроблено висновок, що з часом набуватиме все більшої ваги критичне мислення, креативність, здатність управляти людьми та взаємодіяти з ними. Усе це формує нові вимоги як до підготовки, так і до підбору персоналу підприємств [4].

Світовий досвід підтверджує, що в умовах конкурентного ринкового середовища вирішальне значення для ефективної діяльності підприємства мають якісні характеристики персоналу та вміння управлінського апарату ефективно використовувати цей виробничий ресурс. Найбільших успіхів у бізнесі досягають ті організації, керівники яких мають високу професійну підготовку, в тому числі в галузі управління персоналом [5].

Якість управління персоналом стає одним з ключових факторів забезпечення економічної стабільності та підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, а значить потребує посиленої уваги й залишається актуальним для всіх господарських утворень різних галузей економіки.

Література: 1. The Global Competitiveness Report 2016-2017 / World Economic Forum – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf. 2. Згуровський М. Сценарії розвитку України: «борговий зашморг» чи «інноваційний розвиток»? / М. Згуровський // Незалежний культурологічний часопис «І» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ji-magazine.lviv.ua 3. Klaus Schwab. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond / World Economic Forum – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution> 4. Дідик А. М. Метод діагностики компетентностей персоналу в умовах полівекторного розвитку / А. М. Дідик // Економіка: реалії часу. – 2016. – № 1 (23). – С. 167-177. 5. Менеджмент персоналу: Навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін.; За заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2004. – 398 с.

ДАНЬКО Т.В., к.е.н., доцент, професор кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, Харків, НТУ «ХП»

ПЕЛЮХНЯ П.Р., магістрант, НТУ «ХП», м. Харків

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЯХ

Інвестування грає ключову роль в економічному розвитку як підприємств, так і країни в цілому. Зокрема, без залучення прямих інвестицій

неможливий економічний ріст і в так званих креативних індустріях. Як зазначає В.Гент, у сучасних умовах розвитку високих технологій та розповсюдження інновацій, підприємства мають переходити на нову ступінь економічного розвитку, іншими словами економіка має трансформуватися у нову креативну, де людський інтелект має домінуючу роль, працюючи у синтезі з фізичною працею.

Інвестування в креативних індустріях пов'язане з низкою проблем, серед яких слід виділити проблему недостатньої визначеності самої дефініції креативної економіки та її особливостей у сфері залучення прямих інвестицій.

Питанням креативної економіки та інвестування в креативних індустріях присвячено чимало праць зарубіжних науковців, а саме Р.Флоріда, Ч.Лендрі, Е.Томпсона, Дж.Гопкінгса, В.Гента, та інших. Саме Р.Флорід вперше ввів “індекс бгеми”, що визначає вплив групи населення на економічний ріст, а саме на залучення інвестицій та зазначив, що креативна економіка - новий шлях для цілого світу. Однак серед авторів немає узгодженого визначення креативної економіки та її особливостей. Е.Томпсон описував креативний клас, як робочих людей, що займалися творчістю у вільний час. Дж.Гопкінгс же наполягав, що креативними є ті сфери, що відносяться до сфери розваг, не виробництва. У подальшому розгляді буде використовуватися класифікація В.Гента, що умовно поділив креативну економіку на 4 частини: авторські права, патенти, товарні знаки та дизайн. Утім, на сьогодні залишаються невизначеними ціла низка питань щодо інвестування в креативних індустріях, зокрема їх особливості та методи залучення.

Сьогодні найважливішою характеристикою для залучення інвестицій є Інтернаціоналізація, хоча для генерування економічного зростання всі три творчі процеси - інновації, підприємництво та інтернаціоналізація - повинні бути в постійній взаємодії. Міжнародна відкритість та знання, впровадженні іноземними фірмами, є важливими передумовами сприятливого інвестиційного клімату країни. Незважаючи на це задля виявлення шляхів інвестування в креативні сфери, має бути відокремлені особливості креативної економіки. По-перше, варто зазначити, що результатом діяльності креативних сфер є завжди послуга з урахуванням принципу 3-х Т: толерантність, талант та технологія, що запропоновано Р.Флорідом. Більш того, процес виробництва послуг невід’ємний та співпадає з процесом їх вживання, тобто послуга не може бути складована. Інвестиційна діяльність у формі капітальних вкладень дозволяє організувати нові види послуг та збільшити якість запропонованих послуг, але не призводить до появи нових речових засобів чи предметів праці.

Таким чином, креативна економіка - це перспективна сфера для залучення прямих іноземних інвестицій. Цей процес є корисний не тільки для самої фірми, але й для цілого регіону, оскільки фірми, які залучають інвестиції з-за кордону, сприяють підвищенню конкурентоспроможності, пришвидшують розповсюдження інновацій та ноу-хау на ринку. Саме тому креативна економіка, визначення її особливостей та пошук нових шляхів залучення прямих інвестицій потребують подальшого вивчення.

Література: 1.Флорида Р. Креативный класс: люди которые меняют будущее / Флорида Р. – М. : Классика XXI, 2007. – 432 с. 2.Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – L. : Penguin, 2011. – 288 p.3. V.L. Gent . The creative economy: challenges and opportunities for regions. - L. : FDC, 2012. – 150 p. 4.E.Thompson. Making of the English workclass. - L.:Random House, 2010. - 846 p.

ДЕНИСЕНКО М.О. , магістрант НТУ «ХП», , м. Харків

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Для ефективного функціонування економіки в сучасних умовах необхідно розвивати конкуренцію: підвищувати конкурентоспроможність вітчизняного виробництва. Конкуренція є об'єктивним економічним законом товарного виробництва, який виражає внутрішні необхідні, стійкі та істотні зв'язки між відокремленими товаровиробниками в їх боротьбі за найбільшу результативність виробництва.

На жаль, в Україні практично відсутні конкурентоспроможні підприємства, особливо в реальному секторі економіки. Серед основних причин такої ситуації дуже часто називають технологічну відсталість підприємств промисловості, використання застарілих технологій та обладнання, брак ресурсів і, відповідно, низький рівень інноваційної активності суб'єктів господарювання порівняно з конкурентами з економічно розвинутих країн світу, незначні можливості виробництва високотехнологічних товарів і надання сучасних якісних послуг тощо.

За таких умов необхідне визначення обґрунтованих шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інноваційного розвитку, що дасть їм змогу вдосконалитися та стати більш інвестиційно привабливими і, як наслідок, конкурувати з іноземними фірмами.

В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція українських товаровиробників. Практично завжди це конкуренція з відомими, крупними виробниками.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно обрати свою стратегію діяльності: поглибленого проникнення, розширення використання, розширення ринку. Вибір тієї чи іншої стратегії необхідно поєднувати з комплексом заходів, які дозволять стати підприємству конкурентоспроможним.

Крім того, важливими шляхами підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на сучасному етапі є :

- створення іміджу підприємства «справедливих» цін за рахунок відповідності ціни і якості;
- розширення асортименту випускаємої продукції;
- стимулювання продажів за рахунок проведення різноманітних акцій;
- виконання основних вимог збутової логістики;
- поліпшення кадрового потенціалу та управлінської структури.